

## LOS APOYOS INSTITUCIONALES A LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN LA UNIVERSIDAD DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ESTUDIANTES

Beatriz A. Grossi Sampedro;;  
Universidad de Oviedo. España.

[bgrossi@uniovi.es](mailto:bgrossi@uniovi.es)

Emilio Álvarez-Arregui;;  
Universidad de Oviedo. España.

[alvarezemilio@uniovi.es](mailto:alvarezemilio@uniovi.es)

Alejandro Rodríguez-Martín;  
Universidad de Oviedo. España.  
[rodriguezmalejandro@uniovi.es](mailto:rodriguezmalejandro@uniovi.es);

José A. Álvarez Castrillón;  
Universidad de Oviedo. España.

[alvarezcjose@uniovi.es](mailto:alvarezcjose@uniovi.es)

Alberto Fernández Costales;  
Universidad de Oviedo. España.

[fermamdezcalberto@uniovi.es](mailto:fermamdezcalberto@uniovi.es)

**PALABRAS CLAVE:** educación emprendedora, universidad, creatividad, innovación

**RESUMEN:** En este trabajo se presentan los resultados obtenidos en una de las dimensiones de una investigación sobre Educación Emprendedora y Educación Superior que se realizó en la Universidad de Oviedo en el curso 2011-2012.

La investigación tiene un carácter diagnóstico y descriptivo, de modalidad selectiva, lo que nos parece adecuado para el logro de los objetivos que se plantean. Este enfoque, permitirá establecer conclusiones contextualizadas que ayuden a la mejora de la actuación docente en el ámbito de la Universidad de Oviedo y en un mayor aprovechamiento de las iniciativas de fomento de la cultura emprendedora que se promueven. Por otra parte, se pretende dar voz a los estudiantes y hacerlos visibles identificando distintas claves que aportan información sobre cómo detectan, analizan, interpretan, participan y evalúan las iniciativas que se vienen desplegando sobre cultura emprendedora.

El estudio que se presenta, responde al objetivo general de *Conocer la percepción de los estudiantes de los centros universitarios de la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Oviedo sobre diferentes dimensiones asociadas a la Educación Emprendedora como base para el desarrollo de metodologías interdisciplinares.*

Este objetivo se operativiza de manera más concreta para dar respuesta a las hipótesis que guían la investigación de las que para esta comunicación solo nos referiremos a una:

- Determinar el grado de conocimiento y participación de los estudiantes en las actividades sobre Educación Emprendedora.
- Explorar la incidencia de las iniciativas sobre educación emprendedora que se desarrollan en los distintos centros universitarios.

La muestra de 1883 estudiantes se extrajo de las Facultades de Economía y Empresa, Derecho, Comercio y Formación del Profesorado y Educación.

El instrumento utilizado ha sido el cuestionario y la metodología es cuantitativa.

Los resultados permiten validar parcialmente las hipótesis planteadas ya que el grado de conocimiento de las actividades de formación en Educación Emprendedora que se desarrollan en la Universidad de Oviedo es mayor que la participación en las mismas. No obstante, en cuanto a su nivel de difusión, el grado de conocimiento de las actividades varía en función de su centro de pertenencia, siendo los alumnos de la Facultad de Economía y Empresa los más familiarizados con las iniciativas y, dentro de ellas, en algunas de las actividades que se vienen promocionando con más asiduidad desde el año 2008 en la Universidad de Oviedo cuando se creó una dirección de Área específica para la promoción de actividades de fomento de la cultura emprendedora.

Con relación a los apoyos institucionales que se proporcionan para la promoción de las iniciativas sobre *Educación Emprendedora se destaca el mayor apoyo que reciben estas iniciativas desde las Facultades de Economía y Empresa y de Comercio sobre el resto de centros universitarios lo que plantea problemas ya que supone estar respaldando una visión restrictiva de la educación emprendedora lo que limita sus posibilidades de implementación y generalización en la Universidad de Oviedo.*

Ante esta situación, parece necesario generar estrategias interinstitucionales con un compromiso firme por parte del equipo de gobierno de la Universidad, de los decanos y directores de centros y de los directores de departamentos para promover actividades institucionales, interinstitucionales y transdisciplinares relacionadas con la promoción de la Educación Emprendedora y respaldar su inclusión en el currículum académico por su conexión con el mercado laboral.

## CONTEXTUALIZACIÓN

La Sociedad que está emergiendo en el siglo XXI cabe caracterizarla como compleja, porque la interdependencia entre las variables concurrentes, sean éstas de carácter político, económico, tecnológico, social, laboral o educativo, está generando múltiples situaciones que resultan paradójicas, contradictorias y asombrosas en muchos casos. Las distintas situaciones derivadas de este hecho son polémicas dado que, si bien incorpora mejoras a una gran parte de la población mundial, no es menos cierto que el acceso a estos bienes no es uniforme y que se producen asimetrías entre crecimiento y pobreza que actúan de manera selectiva, generando conexiones de distinto signo en las zonas geográficas.

El nuevo orden está sujeto a múltiples interpretaciones polémicas que afectan a lo educativo, por ello, deben revisarse constantemente las relaciones que se establecen, en nuestro caso, entre Sociedad y Universidad en cada momento histórico concreto para conocer qué es lo que está ocurriendo e intentar actuar en consecuencia. Las tendencias actuales apuntan hacia una gestión y organización de la Universidad desde una perspectiva más empresarial pero, simultáneamente, se le demanda que contribuya al desarrollo económico y social. Esta dualidad está generando discursos contrapuestos, ya que quienes defienden los postulados neoliberales apuntan nuevas oportunidades para el desarrollo si se generaliza esta visión. Mientras tanto, desde los foros más críticos se ponen de manifiesto dudas en cuanto al sentido y valor del conocimiento que se genera, sobre los efectos perversos derivados de las reformas laborales, sobre la desconsideración de las diversidades culturales, del incremento de la competitividad, de las posibles quiebras en las relaciones interpersonales e interprofesionales, así como de las posibilidades de acceso, gestión y financiación de la educación (Álvarez-Arregui y Rodríguez-Martín, 2012).

Ante un futuro incierto y estando inmersos en una crisis económica, laboral y educativa de hondo calado ha ido emergiendo, cada vez con más fuerza, la necesidad de crear las condiciones necesarias para construir una sociedad más emprendedora. El cambio de orientación se refleja en las distintas normativas que se vienen desplegando en los últimos años desde la Comisión Europea y por los diferentes Estados, donde se avala la potenciación de la cultura emprendedora, el trabajo transdisciplinar y la gestión del talento como referentes de calidad por lo que deben ser altamente valorados en

cualquier proceso de innovación que se quiera desplegar (Álvarez-Arregui, Rodríguez-Martín y Ribeiro Gonçalves, 2011).

Esta perspectiva supone un gran reto para las instituciones de educación superior ya que se necesita capacitar a las organizaciones y a las personas, para sobrevivir en una realidad de fronteras difusas para la que se necesitar realizar diagnósticos precisos en diferentes planos para abrir vías de colaboración y establecer compromisos explícitos entre todas las partes. En nuestro caso, si queremos ayudar a implementar una educación emprendedora en nuestras universidades deberán reestructurarse los elementos físicos, los recursos disponibles, los servicios que se ofrecen, los contenidos de los planes de estudio y el uso que se hace de las TIC para que nuestros estudiantes actúen de una forma responsable, sean más creativos, aprendan de los errores, desarrollen proyectos emprendedores en colaboración y, sobre todo, empiecen a tener mayor confianza en ellos mismos, en su profesorado y en sus instituciones educativas para desarrollar el talento de las personas, entendido éste, como la capacidad para desempeñar o ejercer una actividad con garantías de éxito.

La decisión de profundizar en estas cuestiones se plasmó en una tesis doctoral que tuvo como título *Educación Emprendedora y Educación Superior: Estudio de las percepciones de los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Oviedo* (2013) y de ella se han extraído distintas cuestiones que se exponen en los siguientes apartados.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación se centra en el colectivo de estudiantes cuyas titulaciones se integran en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas de la universidad de Oviedo. La decisión de profundizar en esta rama de conocimiento responde, entre otras razones, a la tradición académica y profesionalizante de las titulaciones de esta rama ya que hace que se incorporen en sus planes de estudio contenidos sobre cultura y educación emprendedora así como porque ha habido distintas iniciativas desarrolladas en los últimos cinco años en las Facultades y Escuelas de esta rama lo que la diferencia de manera notable respecto al resto.

La investigación se ha realizado en base a un método planificado sistemáticamente desde el que se pretende abordar el carácter pluridimensional que envuelve los

fenómenos educativos. El estudio se dividió en cuatro fases, Inicial de Exploración, Intermedia de Fundamentación, Intermedia de Aplicación y Final de Elaboración, Discusión de Conclusiones y Propuestas de Futuro. A través de estas fases nos adentramos en la educación emprendedora huyendo de planteamientos unilaterales, incompletos o excesivamente académicos adoptando una perspectiva integradora, de tal forma que pueda servir tanto para la clarificación y actualización de conceptos, de marcos normativos y de iniciativas, como para la acción.

La investigación tiene un carácter diagnóstico y descriptivo, de modalidad selectiva, lo que nos parece adecuado para el logro de los objetivos que se plantean. Este enfoque, permitirá establecer conclusiones contextualizadas que ayuden a la mejora de la actuación docente en el ámbito de la Universidad de Oviedo y en un mayor aprovechamiento de las iniciativas de fomento de la cultura emprendedora que se promueven. Por otra parte, se pretende dar voz a los estudiantes y hacerlos visibles identificando distintas claves que aportan información sobre cómo detectan, analizan, interpretan, participan y evalúan las iniciativas que se vienen desplegando sobre cultura emprendedora.

El estudio que se presenta, responde al objetivo general de Conocer la percepción de los estudiantes de los centros universitarios de la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Oviedo sobre diferentes dimensiones asociadas a la Educación Emprendedora como base para el desarrollo de metodologías interdisciplinares.

Este objetivo se operativiza de manera más concreta para dar respuesta a las hipótesis que guían la investigación de las que para esta comunicación solo nos referiremos a una: Determinar el grado de conocimiento y participación de los estudiantes en las actividades sobre Educación Emprendedora.

Explorar la incidencia de las iniciativas sobre educación emprendedora que se desarrollan en los distintos centros universitarios.

Las hipótesis asociadas fueron las siguientes:

- Hipótesis: Las actividades sobre Educación Emprendedora que se promueven en la Universidad de Oviedo tienen un impacto desigual en cuanto a su difusión y participación.

- Hipótesis: Las iniciativas sobre Educación Emprendedora tienen un mayor apoyo en las Facultades de Economía y Empresa y de Comercio, que en el resto de centros universitarios.

La metodología utilizada es cuantitativa y la recogida de información se realiza a través de un cuestionario elaborado ad hoc que fue cumplimentado por los estudiantes. Este colectivo fue informado del carácter voluntario de su participación en la investigación así como de la confidencialidad de sus respuestas. El instrumento se ha denominado “Eduemprende” como forma de combinar los dos tópicos que guían esta investigación la educación emprendedora y la educación superior.

El universo muestral está representado por el conjunto de estudiantes de las Facultades de la Rama de Conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas de Universidad de Oviedo en el curso 2011/2012 que ascendieron a 9.227. La distribución es la siguiente:

Facultad de Economía y Empresa: 3.622 (representan un 14,70%, de los alumnos matriculados en la Universidad de Oviedo)

Facultad de Derecho: 1.931 (representan un 7,90% de los alumnos matriculados en la Universidad de Oviedo)

Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos: 1.300 (representan un 5,20% de los alumnos matriculados en la Universidad de Oviedo)

Facultad de Formación del Profesorado y Educación: 2.374 (representan un 9,70% de los alumnos matriculados en la Universidad de Oviedo)

En cuanto al tamaño de la muestra, está compuesta por 1.383 alumnos, de los cuales 561 (40,6%) pertenecen a la Facultad de Economía y Empresa - FEyE, 296 (21,4%) pertenecen a la Facultad de Derecho - FD y 183 (13,2%) a la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales - FCTyCCSS y por último 343 (24%) a la Facultad de Formación de Profesorado-FFPyE. Para la validación del cuestionario se contó con la opinión de un conjunto de siete profesores que participan en un grupo de investigación sobre cultura emprendedora en distintas áreas de conocimiento de la Universidad de Oviedo. En cuanto a la fiabilidad El alto valor de alfa de Cronbach (0,943), calculado para las variables de los principales bloques, lo que nos confirma la validez del cuestionario.

## RESULTADOS

Los encuestados son estudiantes de los centros universitarios de la rama de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de Oviedo. En concreto los estudiantes pertenecen a las facultades de Economía y Empresa, Derecho, Comercio, Turismo y Ciencias sociales Jovellanos y Formación de Profesorado. Las características de la muestra se presentan en la Tabla 1.

*Tabla 1. Características de la muestra (Ficha técnica)*

	Economía y Empresa	Derecho	Comercio	Formación de Profesorado y Educación	Total
Tamaño población	3622 (39,25%)	1931 (20,93%)	1300 (14,10%)	2374 (25,73%)	9227
Tamaño muestra	561 (40,6%)	296 (21,4%)	183 (13,2%)	343 (24%)	1383
Población diana	Estudiantes de Facultades de Economía y Empresa; Derecho y Formación de Profesorado y Educación; Escuela de Comercio de la Universidad de Oviedo				
Procedimiento muestral	Muestreo estratificado proporcional				
Error muestral	2,4%				
Nivel de confianza	95%; p=q=0,5				
Periodo de realización del trabajo de campo	Curso 2011/2012				

El total de estudiantes son 9.227, de los cuales el 39,25% corresponden a la Facultad de Economía y Empresa, el 25,73% a la Facultad de Formación de Profesorado el 20,93% a la Facultad de Derecho y por último el 14, 10%, a la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos. El error muestral estimado es de un 2,4% y el nivel de confianza del 95%. El periodo de realización del estudio corresponde al curso académico 2011/2012.

Del total de estudiantes de la muestra 1.383, 494 son hombres, es decir el 35,7% y 889 mujeres, lo que supone el 64,3%. Hay un mayor porcentaje de mujeres que de hombres, proporción que se mantiene en todas las Facultades elegidas. En la Facultad de Economía y Empresa el 38,8% son hombres y el 60,2% son mujeres. En la Facultad de Comercio, el 37, 2% hombres y el 62,8% mujeres; en Facultad de Derecho, el 32,4% hombres y el 67,6% mujeres y por último en la Facultad de Formación del Profesorado, el 31, 2% hombres y el 68,8% mujeres. En la Facultad donde se encuentra una mayor proporción de hombres con respecto a las mujeres es la Facultad de Economía y Empresa y en la Facultad donde proporcionalmente hay más mujeres es la Facultad de Formación del Profesorado, proporción que viene siendo habitual los últimos años. Ante

la imposibilidad de presentar los datos y tablas relativos a la muestra se presenta a manera de síntesis las características más relevantes.

En lo que respecta al género hay una mayor proporción de mujeres que de hombres, tendencia que se mantiene en todas las Facultades elegidas lo que indica una presencia creciente de este colectivo en estas instituciones educativas. En cuanto a la edad de los estudiantes, oscila entre los 18 y 54 años, pero la mayor parte de los mismos se encuentran entre los 18 y 23 años.

La mayor parte de los estudiantes encuestados llevan matriculados uno y dos años. Los estudiantes que manifiestan su intención de crear empresas están matriculados en mayor medida en las Facultades de Comercio y Economía y Empresa lo que es lógico de acuerdo a su perfil profesional.

Los hombres se muestran más interesados en crear empresas que las mujeres lo que cabe explicar porque el espíritu emprendedor viene vinculando en el tiempo el estereotipo masculino con el mundo empresarial, por el mayor deseo de independencia y autorrealización en los hombres y porque este colectivo ha ido interiorizado una mayor necesidad de logro y una superior capacitación para emprender en nuestro contexto cultural. También se observa una relación positiva entre los estudiantes favorables a la creación de empresas y un entorno familiar empresarial. Una mayor propensión emprendedora en la familia puede propiciar la asunción de riesgos porque sus miembros están acostumbrados a la actividad emprendedora y a su incidencia sobre el patrimonio familiar.

El nivel de capacitación lingüística en idiomas de la comunidad económica europea no es el deseable. El idioma que dicen conocer en mayor medida es el inglés y son los hombres los que consideran tener un nivel de inglés más alto (cosmopolita) que las mujeres (no cosmopolita). En conocimientos de herramientas informáticas, en general los estudiantes manifiestan tener buenos niveles, sobre todo en redes informáticas.

Las diferencias entre estudiantes de las distintas facultades, se encuentra fundamentalmente en hojas de cálculo y bases de datos. Manifestando un conocimiento superior los hombres y los estudiantes de la Facultad de Economía y Empresa y Facultad de Comercio. Por último, no se observa una relación clara entre conocimientos de idiomas y herramientas informáticas con la intención de crear empresas, salvo en el caso del ítem, bases de datos relacionada con los hombres y con la intención de crear



empresas, puede ser debido a que principalmente al tipo de estudios que realizan estos estudiantes está relacionados con el mundo empresarial; además eran en las Facultades de Economía y Empresa y Facultad de Comercio, donde como ya se ha comentado, se concentraba el mayor número de estudiantes que manifestaban su deseo de crear empresas.

### ***Educación emprendedora: difusión e implicación***

En este bloque de preguntas se pretende obtener información sobre el nivel de conocimiento y el grado de implicación que tienen los estudiantes de la muestra considerada acerca de las diferentes iniciativas que se han venido desarrollando en la Universidad de Oviedo en estos últimos años en relación a la educación emprendedora.

A este respecto hemos reseñado como más relevantes los coloquios con jóvenes emprendedores, el pasaporte del emprendedor (programa de desarrollo de habilidades), el concurso de ideas empresariales, los cursos de verano de elaboración de planes de negocio, el taller de cine emprendedor, los cursos de extensión de creatividad o el programa Estincoaching de impulso empresarial al comercio exterior por medio de las TIC. Se preguntaba tanto por el nivel de conocimiento, como por la asistencia y participación en las mismas a través de 14 ítems.

La hipótesis de partida fue la siguiente: Las actividades sobre educación emprendedora que se promueven en la Universidad de Oviedo tienen un impacto desigual en cuanto a su difusión y participación.

En este bloque, las respuestas posibles eran sí o no, es decir afirmativa o negativa. Tras el análisis descriptivo, se observa que los estudiantes no conocían la mayor parte de las iniciativas y actividades emprendedoras lo que pone en cuestión el grado de eficacia del sistema de difusión de información con el que se está trabajando actualmente no sólo en este ámbito sino en la Universidad de Oviedo en general.

Hecho este inciso, cabe indicar que el porcentaje de estudiantes que conocen Coloquios con jóvenes emprendedores, el pasaporte del emprendedor, el curso de verano de elaboración plan negocio, el curso de verano de creación de empresas, el curso de extensión de creatividad y el programa Estincoaching de comercio exterior, no llega al 30%. Sólo en el caso del concurso de ideas empresariales y el taller de cine emprendedor se supera esta cifra.

Pueden explicar esta diferencia en el conocimiento el ámbito temporal en que se han desarrollado las actividades y su público diana. A pesar de que en todos los casos la difusión se realiza por los canales de comunicación habituales, los coloquios, los cursos de verano, el concurso de ideas y los talleres de cine se han ofertado, al menos, en tres años consecutivos. Mientras, los programas pasaporte y estincoaching son iniciativas desplegadas en el curso académico 2011/2012 por primera vez.

Por otra parte, los coloquios, los talleres de cine y el concurso de ideas son percibidos de manera más general puesto que están abiertos a toda la comunidad universitaria y tienen un carácter transversal en cuanto a las competencias que promueven. En cambio, los programas de curso de verano de elaboración de planes de negocio y estincoaching son percibidos como propios del área de Ciencias Económicas y tienen un mayor impacto en este colectivo de estudiantes. Al final, los resultados indican que las actividades eran conocidas al menos por el 30% de los estudiantes encuestados (tabla 2).

**Tabla 2.** Conocimiento del Concurso de ideas empresariales según el centro

Centro	Concurso de ideas empresariales		
	SI	NO	Total
<b>Economía y Empresa</b>	288 (51,3%)	273 (48,7%)	561
<b>Derecho</b>	60 (20,3%)	236 (79,7%)	296
<b>Comercio</b>	63 (34,8%)	118 (65,2%)	181
<b>Formación Profesorado</b>	106 (30,9%)	231 (69,1%)	343
<b>Total</b>	517	864	1362

La asociación entre las dos variables es muy significativa ( $p < 0,01$ ) usando Chi-cuadrado de Pearson al nivel 0,05

La actividad más conocida es el concurso de ideas empresariales con un 51,3% (en el conjunto de estudiantes superaba el 30%) en la Facultad de Economía y Empresa. En cuanto a los Centros Universitarios se han encontrado diferencias significativas al nivel 0,05 quedando de manifiesto que es en Economía y Empresa donde la difusión y participación es más alta que en el resto de facultades no encontrándose diferencias en cuanto al género.

También interesaba conocer si los estudiantes que manifestaban su deseo de crear empresas conocían las actividades o iniciativas empresariales, y si había alguna diferencia en este caso. Por los datos que se presentan en la tabla 3, se puede afirmar que la mayor parte de ellos el 61,9% no conocían el concurso de ideas empresariales, y con respecto al resto de estudiantes, tampoco hay diferencias reseñables.

**Tabla 3.** Distribución de alumnos en la variable Concurso de ideas empresariales según intención de crear empresa

Crear Empresa	Concurso de ideas empresariales		
	SI	NO	Total
SI	154 (37,7%)	253 (61,9%)	409
NO	80 (31,4%)	175 (68,6%)	255
NO SE	283 (39,5%)	447 (60,5%)	715
<b>Total</b>	517	862	1379

La asociación entre las dos variables es significativa ( $p=0,039$ ) usando Chi-cuadrado de Pearson al nivel 0,05.

En la Facultad de Economía y Empresa se concentraba el mayor número de alumnos que conocían el concurso de ideas empresariales por lo que se realizó además del análisis descriptivo un contraste de hipótesis no paramétrico de probabilidad binaria o análisis binomial (para confirmar que realmente al menos el 50% de los alumnos conocían esta actividad) con una hipótesis nula del porcentaje de gente que conocía del 50%. Los datos obtenidos nos indican que no se puede rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, aproximadamente un 50% de los estudiantes de la Facultad de Economía y Empresa conocían la existencia del concurso de ideas empresariales.

La segunda actividad que conocen los alumnos es el taller de cine emprendedor que es conocido por más del 30% de los mismos, tabla 4.

**Tabla 4.** Distribución de alumnos en el conocimiento del Taller del cine emprendedor según el centro

Centro	Taller del cine emprendedor		Total
	SI	NO	
Economía y Empresa	203(36,2%)	358 (63,8%)	561
Derecho	96 (32,4%)	200 (67,6%)	296
Comercio	59 (32,2%)	124 (67,8%)	183
Formación Profesorado	100 (29,2%)	243 (70,8%)	343
<b>Total</b>	517	864	1364

La asociación entre las dos variables no es significativa ( $p=0,176$ ) usando Chi-cuadrado de Pearson al nivel 0,05. No hay diferencias en el porcentaje de respuesta entre los distintos centros.

En este caso no hay diferencias significativas ni en la variable género (por eso no fueron incluidas en el estudio), ni en la variable centro (desde un 36,2% en la Facultad de Economía y Empresa hasta un 29,2%). En la actividad del taller de cine emprendedor, hay más de un 30% de estudiantes que dicen conocer el taller.

Un contraste de hipótesis no paramétrico de probabilidad binaria con la variable Conoce taller del cine emprendedor indica que al menos un 35% de los alumnos de la Facultad de Economía y Empresa conoce esta actividad.

Atendiendo a los datos obtenidos y a los análisis realizados puede establecer en líneas generales, en cuanto a la participación de actividades, que la no participación es mayor del 90% de los casos, incluso en la pregunta 3 Concurso de ideas empresariales que era bien conocida (alrededor del 50%) en la Facultad de Economía y Empresa.

La explicación a situación no es única dado que en algunos casos, los menos, la no participación podría deberse al coste de la actividad debido a la incorporación de créditos de libre configuración, si bien han estado subvencionados condicionados al cumplimiento del programa por parte de la Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores Universidad de Oviedo; en otros casos, los más, el horario de realización de las actividades entra en colisión con los requerimientos académicos de asistencia a clase de los Grados adaptados a Bolonia; finalmente, simplemente cabe achacar los bajos porcentajes al desinterés de los alumnos por las actividades planteadas o porque no se consideran con capacidades suficientes para llevarlas a cabo exitosamente.

En cuanto a la segunda hipótesis: *Las actividades sobre Educación Emprendedora que se promueven en la Universidad de Oviedo* tienen un impacto desigual en cuanto a su difusión y participación, se puede afirmar que el impacto de la difusión de las actividades desarrolladas es desigual en algunas de las iniciativas emprendedoras lo que puede deberse a distintas causas como se viene destacando. En este caso podría deberse al exceso de información que llega a los estudiantes a través de la plataforma de la Universidad generando desinformación o pasividad ante las propuestas que se les hacen o bien porque las culturas organizativas y funcionales que se están desplegando e interiorizando por parte de los colectivos implicados no tienen los efectos deseados lo que debería hacer reflexionar sobre ello a sus promotores.

El impacto de la participación entre los estudiantes encuestados ratifica estas cuestiones ya que la tendencia es la misma aunque con porcentajes más negativos. A este respecto nos hemos encontrado que incluso aquellos estudiantes que decían conocer alguna actividad, como es el concurso de ideas empresariales o el taller de cine emprendedor, no participan en las mismas. Ante esta situación se hace necesario que la Universidad, las facultades y los centros que la integran desarrollen estrategias más potentes de difusión de estas actividades dejando de manifiesto el respaldo institucional a las mismas así como su importancia en el desarrollo profesional dado que favorecen la capacidad de explorar las formas en que aprende e internaliza los contenidos; en este sentido, debe convertirse en una prioridad que las actividades e iniciativas

emprendedoras que se desarrollen en un futuro próximo se articulen con proyección interdisciplinar y transdisciplinar de tal forma que se puedan aplicar los conocimientos teóricos-prácticos que se han adquirido en otras asignaturas y programas demostrando con ello su importancia y aplicabilidad.

***Educación emprendedora: apoyos institucionales***

En este bloque se incluyen diversos aspectos relacionados con la iniciativa desarrollada por los centros en el ámbito de la educación emprendedora; tales como la provisión de información, la organización y realización de actividades, así como si el autoempleo se presenta como una opción de futuro en la titulación o si se favorece la iniciativa emprendedora.

Se pretende comprobar si se cumple la hipótesis: Las iniciativas sobre educación emprendedora tienen un mayor apoyo en las Facultades de Economía y Empresa y de Comercio que en el resto de centros universitarios. Para verificar o rechazar la hipótesis, se procedió en primer lugar a realizar un análisis descriptivo y de frecuencias, cuyos resultados se presentan en la tabla.

**Tabla 5.** Valor medio y frecuencias en cada ítem del bloque Apoyos institucionales

Considero que mi Facultad/Escuela...	Valor Medio	Desacuerdo (%)	De acuerdo (%)	Muy de acuerdo (%)
1. Se informa sobre actividades de educación emprendedora	(01)3,73	26,3	52,5	13,1
2. Se organizan actividades de educación emprendedora en horario lectivo	(06)3,31	37,4	46,4	7,1
3. Se realizan actividades de educación emprendedoras voluntarias	(5)3,51	26,3	54,5	8,1
4. Se favorece la iniciativa emprendedora	(03)3,56	40,4	48,5	4,0
5. Se presenta el autoempleo como una opción de futuro	(04)3,53	32,4	49,5	8,1
6. Se promueven concursos de ideas y proyectos emprendedores	(02)3,65	26,2	55,6	11,1
7. Se apoyan estudios de viabilidad de proyectos/empresas	(07)3,29	33,3	47,5	4,0
8. Se asesora sobre planes de negocio/creación de empresas/proyectos	(09)3,13	42,5	37,4	5,0
9. Se respalda la creación de empresas	(08)3,17	40,4	40,4	4,0
Media bloque	3,44	33,9	48,0	7,2

Leyenda: 1: No sabe; 2: Totalmente en desacuerdo; 3: En desacuerdo; 4: Poco de acuerdo; 5: De acuerdo; 6: Muy de acuerdo; 7: Totalmente de acuerdo.

Desacuerdo: Totalmente en desacuerdo + En desacuerdo

De acuerdo: Poco de acuerdo + De acuerdo

Muy de acuerdo: Muy de acuerdo + Totalmente en desacuerdo

( ): Orden de valoración del ítem

Los resultados obtenidos muestran que, en general, los estudiantes encuestados manifiestan una valoración bastante baja (la media es 3,44). El ítem peor valorado es: se asesora sobre planes de negocio con un 3,13, seguido de se respalda la creación de empresas, valorado en un 3,17 y se apoya estudios de viabilidad de proyectos con un 3,29. El ítem se informa sobre actividades de educación emprendedora valorado con 3,73, va seguido de se promueven concursos de ideas y proyectos emprendedores con un 3,65 y, por último, se favorece la iniciativa emprendedora con un 3,56.

Los resultados vuelven a mostrar una tendencia negativa sobre todo en lo relacionado con la creación de empresas y la elaboración de planes de negocios, que son las peor valoradas. Respecto a la variable concurso de ideas la política de la Universidad de Oviedo es la de evitar se desarrollen por centros, para darle una dimensión más integradora a dicha actividad. Entre los estudiantes de Formación del Profesorado quizás este resultado pueda ser considerado más normal; pero no entre los estudiantes de Economía y Empresa o Comercio. Por eso, se debe analizar si, realmente, hay diferencias por centros.

La tabla 6 muestra la asociación de los ítems con la variable descriptiva más significativa. Al igual que ocurrió en otros bloques, la variable Centro presenta el mayor grado de asociación con los ítems, tal y como se recoge en dicha tabla.

El análisis realizado ha permitido obtener algunos ítems asociados significativamente a las variables género, interés en crear otra empresa y entorno familiar empresarial, aunque en este caso en menor medida.

*Tabla 6. Asociación de los ítems con la variable descriptiva más significativa - bloque Apoyos institucionales*

Considero que mi Facultad/Escuela...	Centro
1. Se informa sobre actividades de educación emprendedora	**
1. Se organizan actividades de educación emprendedora en horario lectivo	**
2. Se realizan actividades de educación emprendedoras voluntarias	**
3. Se favorece la iniciativa emprendedora	**
4. Se presenta el autoempleo como una opción de futuro	**
5. Se promueven concursos de ideas y proyectos emprendedores	**
6. Se apoyan estudios de viabilidad de proyectos/empresas	**
7. Se asesora sobre planes de negocio/creación de empresas/proyectos	**
8. Se respalda la creación de empresas	**

Chi-cuadrado de Pearson. Clave: \*\* significativo a  $p < 0,01$ ; \* significativo a  $p < 0,05$ ; - no significativo

Los apoyos e iniciativas del centro se valoran por parte de los hombre con respecto a las mujeres, de una forma más crítica, y además como se puede observar en todos los ítems. Como se ha visto en el apartado de finalidades los hombres relacionaban la finalidad de la educación emprendedora a la formación en la gestión empresarial, por esta razón, puede que demanden más iniciativas como el apoyo de proyectos o planes de negocio.

*Tabla 7. Iniciativas del Centro y Género - Diferencias de Medias*

Considero que mi Facultad/Escuela...	Género	Hombre	Mujer
1. Se informa sobre actividades de educación emprendedora	**	3,61	3,81
2. Se organizan actividades de educación emprendedora en horario lectivo	*	3,21	3,36
3. Se realizan actividades de educación emprendedoras voluntarias	*	3,41	3,58
4. Se favorece la iniciativa emprendedora	**	3,39	3,65
5. Se presenta el autoempleo como una opción de futuro	**	3,36	3,63
6. Se promueven concursos de ideas y proyectos emprendedores	**	3,46	3,76
7. Se apoyan estudios de viabilidad de proyectos/empresas	*** **	3,09 2,99	3,40 3,20
8. Se asesora sobre planes de negocio/creación de empresas/proyectos	-	-	-
9. Se respalda la creación de empresas			

Fuente: Elaboración propia

t-test : \*\*\*muy significativo a  $p < 0,01$ ; \*\* significativo a  $p < 0,05$ ; \* poco significativo  $p < 0,1$ ; - no significativo

*Tabla 8. Iniciativas del Centro y Facultad o Centro-Diferencias de Medias*

Considero que mi Facultad/Escuela...	Facultad Economía Empresa	Facultad de Derecho	Facultad de Comercio	Facultad de Formación Profesorado
1. Se informa sobre actividades de educación emprendedora	4,00++	3,44+	4,02++	3,41+
2. Se organizan actividades de educación emprendedora en horario lectivo	3,55+++ 3,87++	3,24+ 3,33+	3,26++ 3,34+	3,00+ 3,19+
3. Se realizan actividades de educación emprendedoras voluntarias	3,69++/+++	3,48+/++	3,79++	3,29+
4. Se favorece la iniciativa emprendedora	3,70+++	3,54++	3,90+++	3,05+
5. Se presenta el autoempleo como una opción de futuro	4,00++	3,37+	3,73++	3,29+
6. Se promueven concursos de ideas y proyectos emprendedores	3,42++	3,22+/++	3,46++	3,04+
7. Se apoyan estudios de viabilidad de proyectos/empresas	3,20++ 3,27++	3,24++ 3,29++	3,40++ 3,55+	2,76+ 2,71+
8. Se asesora sobre planes de negocio/creación de empresas/proyectos				
9. Se respalda la creación de empresas				

Fuente: Elaboración propia. Valoraciones de los ítems Grupos y medias para alfa = 0,05

.+ , ++,+++ (grupos homogéneos- Tukey -b)

Especialmente significativo en el caso del apoyo de estudios de viabilidad de proyectos o empresas; puede ser que los hombres muestren más interés en su intención de crear empresas y por eso demanden en mayor medida que el centro apoye estudios de viabilidad de proyectos o empresas.

Los estudiantes más críticos son los estudiantes de la Facultad de Formación del Profesorado.

Los que generalmente valoran mejor las iniciativas del centro son los estudiantes de las Facultades de Economía y Empresa y Comercio fundamentalmente en concursos de ideas y proyectos empresariales y en promover el autoempleo como opción de futuro.

Parece lógico que en los centros donde se imparte asignaturas relacionadas con la empresa se favorezcan actividades como los proyectos empresariales o el asesoramiento a la hora de realizar planes de negocio pero no por ello se justifica la baja importancia que se le concede en otras facultades dada su relación con el diagnóstico, la planificación, el desarrollo, la evaluación y la gestión de proyectos prospectivos o de intervención en cualquier área de conocimiento.

**Tabla 9. Iniciativas del Centro e Intención de crear empresas-Diferencias de Medias (sólo si y no)**

Considero que mi Facultad/Escuela...	Crear propia empresa	Si	No
1. Se informa sobre actividades de educación emprendedora	-	-	-
1. Se organizan actividades de educación emprendedora en horario lectivo	-	-	-
2. Se realizan actividades de educación emprendedoras voluntarias	*	3,56	3,35
3. Se favorece la iniciativa emprendedora	-	-	-
4. Se presenta el autoempleo como una opción de futuro	-	-	-
5. Se promueven concursos de ideas y proyectos emprendedores	*	3,55	3,31
6. Se apoyan estudios de viabilidad de proyectos/empresas	-	-	-
7. Se asesora sobre planes de negocio/creación de empresas/proyectos	-	-	-
8. Se respalda la creación de empresas	***	3,19	2,96

Fuente: Elaboración propia

t-test: \*\*\* muy significativo a  $p < 0,01$ ; \*\* significativo a  $p < 0,05$ ; \* poco significativo  $< 0,1$ ; - no significativo

Al comparar los estudiantes que desean crear empresa frente a los que claramente dicen que no, apenas hay diferencias significativas, se observa en el asesoramiento a planes de negocios que si bien es mejor valorado se mueve en índices negativos que se acentúan aún más en el caso que desean crear empresa.



**Tabla 10. Iniciativas Entorno familiar-Diferencias de Medias**

Considero que mi Facultad/Escuela...	Familiares empresarios	Si	No
1. Se informa sobre actividades de educación emprendedora	*	3,79	3,66
2. Se organizan actividades de educación emprendedora en horario lectivo	-	-	-
3. Se realizan actividades de educación emprendedoras voluntarias	-	-	-
4. Se favorece la iniciativa emprendedora	***	3,67	3,44
5. Se presenta el autoempleo como una opción de futuro	-	-	-
6. Se promueven concursos de ideas y proyectos emprendedores	-	-	-
7. Se apoyan estudios de viabilidad de proyectos/empresas	-	-	-
8. Se asesora sobre planes de negocio/creación de empresas/proyectos	**	3,20	3,03
9. Se respalda la creación de empresas	**	3,30	3,03

Fuente: Elaboración propia

t-test : \*\*\* significativo a  $p < 0,01$ ; \*\* significativo a  $p < 0,05$ ; \* poco significativo  $< 0,1$ ; - no significativo

En cuanto a las diferencias por entorno familiar empresarial e iniciativas emprendedoras del Centro apenas hay diferencias significativas, y las valoraciones siguen siendo bajas. Posteriormente se procedió a realizar un análisis factorial, cuyos resultados se encuentran recogidos en la tabla 11, con el objeto de realizar un estudio más detallado.

**Tabla 11. Características del Factor Iniciativas y Actividades Emprendedoras**

Factor: Iniciativas y Actividades Emprendedoras	Saturación en el factor
Se favorece la iniciativa emprendedora	,811
Se promueve concursos de ideas e iniciativa emprendedora	,789
Se apoyan estudios de viabilidad de proyectos/empresas	,784
Se asesora sobre planes de negociación/creación de empresas	,781
Se presenta el autoempleo como proyección de futuro	,770
Se organizan actividades de educación emprendedora en horario lectivo	,764
Se realizan actividades de educación emprendedora voluntarias	,760
Se respalda la creación de empresas	,712
Se informa sobre actividades de educación emprendedora	,684

Fuente: Elaboración propia.

Los datos recogidos nos indican que sólo existe un factor que explica el 58% de varianza y que se ha denominado Iniciativas y Actividades Emprendedoras. Su principal característica tal y como se recoge en la tabla 11 es que el factor está cargado en todas las preguntas relacionadas con la educación emprendedora, el autoempleo y la creación de empresas.

Al emerger sólo un factor y, como lo que se pretendía valorar eran las actividades de los centros en relación a la educación emprendedora, se realizó un análisis de la varianza (ANOVA) de las puntuaciones del factor Iniciativas y Actividades Emprendedoras. El ANOVA proporcionó diferencias significativas entre los centros ( $F=18,116$ ,  $p < 0,01$ ). Por ello, se procedió a realizar un análisis post hoc basado en el procedimiento de Tukey para agrupar los Centros donde no hay diferencias significativas y, como es lógico, para separar aquéllos que presentan diferencias significativas.

El análisis de la varianza indica que hay diferencias entre los centros y se pueden separar tres grupos:

- ✓ Grupo 1: La Facultad de Formación Profesorado, con una puntuación negativa en el factor y con la media del bloque más baja (3,1).
- ✓ Grupo 2: la Facultad de Derecho, que se sitúa en una posición intermedia entre los grupos 1 y 3, con una valoración del bloque de 3,4.
- ✓ Grupo 3: las Facultades de Comercio y Economía y Empresa, con una media de 3,6.

Por otra parte, el análisis post varianza Tukey-b, permite agrupar a los estudiantes de Economía y Empresa con los estudiantes de Comercio, al tener un patrón de respuestas similar. Para corroborar los resultados del análisis ANOVA, se llevó a cabo un análisis clúster k-medias, con la intención de agrupar a los estudiantes, clústeres o conglomerados, en función de la semejanza en sus respuestas. Atendiendo al planteamiento descrito se eligieron tres clústeres: un clúster 1 con puntuaciones positivas en el factor (centro=1,23) y con una media (calculada con estadística descriptiva) de 4,87 (N=342), un clúster 2 con un centro puntuado 0,17 en el factor y con una media de 3,64 (N=594) y un clúster 3 puntuado negativamente en el factor (centro = -1,18) y con una media de evaluación del grupo de respuestas de 2,06 (N=444). Es decir hay tres clústeres, el primero con una media de los ítems de 4,87 (alto), el segundo de 3,64 (medio) y el tercero 2,06 (bajo). Para realizar la calificación se compararon las medias entre los clústeres; pues las medias en general no son altas. Por último, se analizó la distribución de estos clústeres por centros o Facultades y por diferencias de género.

Un análisis Chi-cuadrado cruzando género y centro (independientemente) con los clústeres, resultó en diferencias significativas en el género ( $p=0,03$ ) y muy significativa

en el centro ( $p < 0,01$ ). En el caso de los centros, se confirma el resultado del análisis ANOVA, con el centro de Formación del Profesorado con el porcentaje más alto de alumnos en el clúster 3: Bajo (con una media en sus respuestas de 2,06), el 42,9%. Los estudiantes de Formación de Profesorado son especialmente críticos con su Facultad.

Alrededor del 30% de estudiantes de la Facultad de Economía y Empresa (31,3%) y de la Facultad de Comercio (33,5%) se clasifican en el clúster 1: Alto, (con una media de 4,87), en comparación con aproximadamente un 16-17% de alumnos de los otros centros. Es decir, los estudiantes de las Facultades de Economía y Empresa y la Facultad de Comercio son los que mejor valoran las iniciativas de sus respectivos centros. En cuanto a las respuestas en función del género. El análisis indica que los hombres son algo más negativos respecto a la valoración de las actividades del centro, con un porcentaje de hombres más alto en el clúster 3: Bajo que tenía la valoración media más baja, 2,06. Las mujeres valoran un poco mejor las iniciativas del centro, pero como se ha indicado anteriormente las valoraciones en general son bajas.

Al relacionar la valoración de las iniciativas sobre educación emprendedora en los centros con el deseo de creación de empresas por parte de los estudiantes, no se observa ninguna diferencia importante. La tabla recoge estos resultados. El entorno familiar, el nivel de idiomas no se relacionan con los clústeres de una forma significativa, con los clústeres apoyos e iniciativas del Centro. En el caso del conocimiento de las herramientas informáticas, el factor y clúster de habilidades de cálculo está relacionado significativamente con el clúster “alto” en iniciativas emprendedoras del centro. Se podría interpretar que los estudiantes que dicen tener un mayor conocimiento estén más interesados o dispongan de una mayor información de dichas actividades.

## **CONCLUSIONES**

A raíz de los datos resultados obtenidos se puede concluir que la Hipótesis de partida la finalidad de la educación emprendedora es valorada de forma homogénea por los estudiantes de las Facultades de la Rama Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de Oviedo, no se confirma.

Hipótesis: Las actividades sobre Educación Emprendedora que se promueven en la Universidad de Oviedo tienen un impacto desigual en cuanto a su difusión y participación.

Esta hipótesis se confirma parcialmente pues, por un lado, el grado de conocimiento de las actividades de formación en Educación Emprendedora que se desarrollan en la Universidad de Oviedo es mayor que la participación en las mismas. No obstante, en cuanto a su nivel de difusión, el grado de conocimiento de las actividades varía en función de su centro de pertenencia, siendo los alumnos de la Facultad de Economía y Empresa los más familiarizados con las iniciativas y, dentro de ellas, con el Concurso de Ideas Empresariales y el Taller de Cine Emprendedor. Estas actividades son las que tienen una mayor tradición pues se implantaron en el año 2008 cuando la Universidad de Oviedo creó una dirección de Área específica para la promoción de actividades de fomento de la cultura emprendedora.

La participación en las actividades es muy reducida. Esto se podría justificar, entre otras razones, por la intensidad de la carga docente de los alumnos tras la implantación de los nuevos Grados; por la falta de interés de los alumnos en estos temas, porque los alumnos piensan que no tienen conocimientos y capacidades suficientes para culminar los procesos formativos con éxito o porque consideran que no son relevantes para su formación. Ante estos datos nos planteamos si los bajos niveles de conocimiento y participación se deben a una falta de atractivo de la cultura emprendedora o a un problema en su difusión donde, por exceso o por defecto, no se consigue que los estudiantes se impliquen en las iniciativas que se promueven como sería deseable.

Hipótesis: Las iniciativas sobre Educación Emprendedora tienen un mayor apoyo en las Facultades de Economía y Empresa y de Comercio, que en el resto de centros universitarios.

Esta hipótesis se confirma pues los estudiantes de la Facultad de Formación del Profesorado y Educación son los más críticos con las iniciativas y actividades emprendedoras que se apoyan desde este centro, mientras que en la Facultad de Economía y Empresa y en la Facultad de Comercio los alumnos manifiestan una mayor percepción del apoyo que en el resto de centros universitarios. En general, los estudiantes indican que no se informa suficientemente sobre estas actividades, no se respalda la creación de empresas y no se presenta el autoempleo como opción de futuro. También podemos decir que hay un mayor grupo de estudiantes, en las facultades de Economía y Empresa y Facultad de Comercio que valoran más alto las iniciativas en el Centro en comparación a las facultades de Derecho y de Formación del Profesorado y Educación.

Los datos obtenidos deben manejarse con cautela dado que en conversaciones que se han mantenido con distintos docentes de las facultades con peores valoraciones se están desarrollando iniciativas sobre educación emprendedora promovidas por profesores a título individual o por equipos docentes interesados. Sin embargo, la mayor proporción de las respuestas de estudiantes de todas las Facultades otorgan una valoración intermedia de las iniciativas del centro. Si se pretende formar titulados altamente cualificados y ciudadanos responsables, capaces de atender a las necesidades de todos los aspectos de la actividad humana, se necesitará combinar conocimientos teóricos y prácticos y constantemente adaptarlos a las necesidades presentes y futuras de la sociedad, por eso se considera imprescindible el respaldo de los centros, ya que tiene un mayor contacto directo con el entorno de implantación de la formación proporcionada.

Ante esta situación, parece necesario generar estrategias interinstitucionales con un compromiso firme por parte del equipo de gobierno de la Universidad, de los decanos y directores de centros y de los directores de departamentos para promover actividades institucionales, interinstitucionales y transdisciplinares relacionadas con la promoción de la Educación Emprendedora y respaldar con su apoyo su inclusión en el currículum académico por su conexión con el mercado laboral. El marco legal europeo, nacional y autonómico que se está construyendo abrirá nuevas posibilidades para la implementación y la mejora en los ámbitos considerados.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Álvarez-Arregui, E.; Rodríguez-Martín, A. (2012): Ecosistemas de Formación Emprendedores. Una alternativa para la mejora de la docencia y el desarrollo profesional. *Revista de Organización y Gestión de Centros Educativos* (93) (1) Enero y Febrero (31-33)
- Álvarez-Arregui, E.; Rodríguez-Martín, A. y Ribeiro Gonçalves, F. (2011). Ecosistemas de Formación Blended-Learning para emprender y colaborar en la Universidad. Valoración de los estudiantes sobre los recursos. *TESI*, 12 (4), pp. 7-24
- Grossi Sampedro, B. A. (2013). Educación emprendedora y Educación Superior: Estudio de la percepción de los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Oviedo. Tesis doctoral inédita.